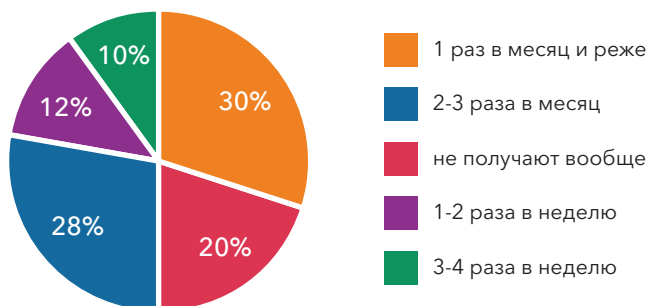
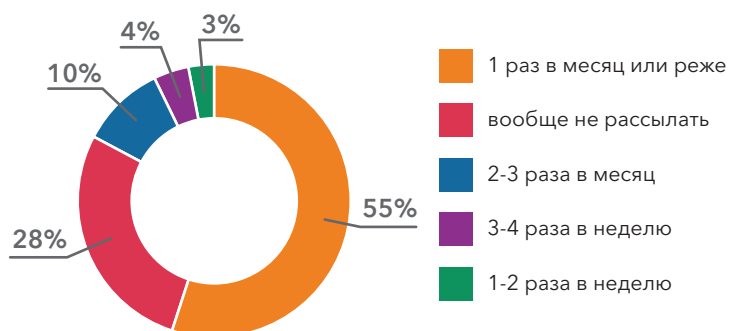


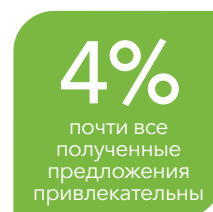
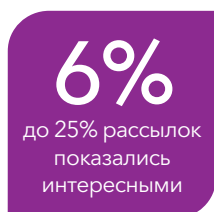
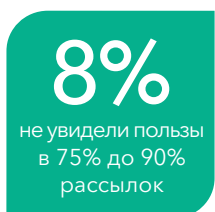
## ЧАСТОТА ПОЛУЧЕНИЯ РАССЫЛОК:



## КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ ЧАСТОТА РАССЫЛОК ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ:

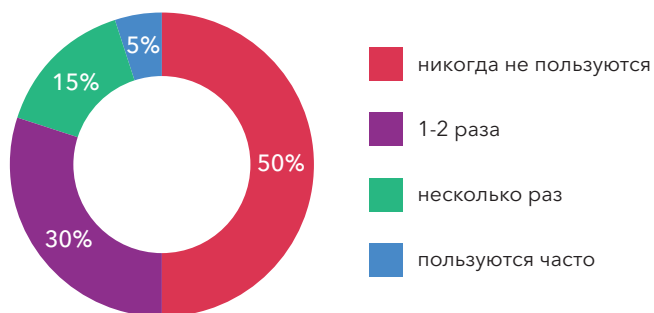


## СОДЕРЖАНИЕ РАССЫЛОК ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ:

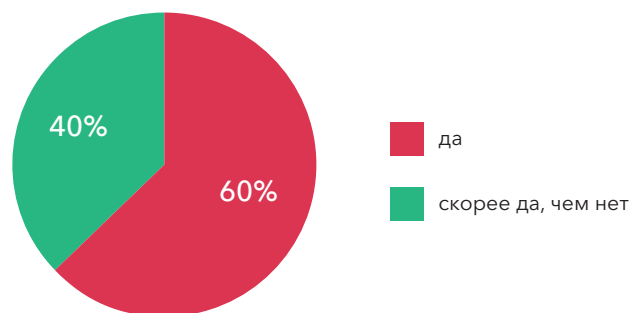


**ТОЛЬКО ДЛЯ 1 ИЗ 20 РЕСПОНДЕНТОВ ВСЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ БАНКОВ БЫЛИ АКТУАЛЬНЫМИ.**

## КАК ЧАСТО РЕСПОНДЕНТЫ ПОЛЬЗУЮТСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ ИЗ РАССЫЛОК:



## ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД МОЖЕТ СДЕЛАТЬ РАССЫЛКИ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ:



## КАНАЛЫ ДОНЕСЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ:



**65%**

НЕ признают звонки по телефону



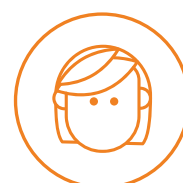
**45%**

одобряют рассылки по электронной почте



**35%**

поддерживают смс-рассылки



**96%**

лояльно относятся к предложениям в отделениях банка